

学校编码: 10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学 号: 1052006115255

UDC\_\_\_\_\_

厦 门 大 学

硕 士 学 位 论 文

刻板印象的生成与变化机制研究  
——以中国革命历史影片的英雄刻板印象为例

Research on Mechanism of Formulation and Change of Stereotype:  
A Case Study of Hero Stereotype in  
Historical and Revolutionary Movies

付 洁

指导教师姓名: 朱健强 副教授

专 业 名 称: 传 播 学

论文提交日期: 2009 年 5 月

论文答辩日期: 2009 年 6 月

学位授予日期: 2009 年 月

答辩委员会主席: 张国才

评 阅 人: 姚 曦 谢有猷

2009 年 6 月

## 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下，独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果，均在文中以适当方式明确标明，并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范（试行）》。

另外，该学位论文为（  
）课题（组）  
的研究成果，获得（  
）课题（组）经费或实验室的  
资助，在（  
）实验室完成。（请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称，未有此项声明内容的，可以不作特别声明。）

声明人（签名）：付洁  
2009 年 6 月 8 日

## 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（        ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于        年        月        日解密，解密后适用上述授权。

（    ☒    ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：付洁

2009 年    6 月    8 日

厦门大学博硕士论文摘要库

## 中文摘要

刻板印象是人们头脑中关于世界的先在图景，是人们对社会某一类群体概括性的知识结构，它在社会互动中规范着人们的价值判断和行为反应。刻板印象一旦形成就具有了很强的稳定性。发源于西方的刻板印象研究已经有 80 多年的历史，其中，刻板印象的形成与变化研究是学者关注的热点之一。研究表明，社会关系、大众媒介以及个人心理结构是影响刻板印象形成与变化的主要因素。

新中国成立以来，中国人认识社会的主要依据是革命历史影片塑造的英雄刻板印象。它为中国人民“提供了认识中国近代史的观念、方法和结论，同时也营造了利于浮现的、表象化的历史图景”。<sup>①</sup>

本研究从刻板印象生成与变化的角度出发，探讨中国革命历史影片中英雄刻板印象的媒介内容，利用调查问卷测量观众的认知反应，检验电影与英雄刻板印象之间的因果关系，并以此为基础，结合丹尼尔（Daniel Bar-Tal）的整合模式提炼出刻板印象的生成与变化机制，最终以图式的方式展示出来。

研究表明：首先，中国革命历史影片呈现的英雄刻板印象存在于观众的头脑中；其次，当电影内容发生变化时，观众的英雄刻板印象也发生了相应的变化，但是这种变化只是对原有印象的补充与强化；再次，观众对电影的接触时间、接触动机和内容偏好都会对英雄刻板印象产生影响；最后，刻板印象的生成变化机制是一个宏观系统，它受到真实环境、拟态环境以及个体观念世界三个因素的综合影响，其中拟态环境作为个体的信息源对刻板印象的生成变化影响显著，而真实环境则是刻板印象生成和变化的基础。

**关键词：**刻板印象；革命历史英雄；生成变化机制

<sup>①</sup>李奕明.《战火中的青春》：叙事分析与历史图景结构[J].当代电影,1990,(3):4.

## Abstract

It has been more than 80 years since the study of stereotyping emerged in western country. Defined as stored general knowledge on characteristics of a social group of people, stereotype is a kind of preconception about the world for people in their mind, which regulates their conduct and value judgment in their social interaction. Once it is formed, stereotype would have a strong stability, which is therefore important to understand the process of stereotype formation and change. According to the outcome of researcher's analysis, stereotypes are formed, held and changed by three factors, including social interaction, mass media and individual's psychology.

Since the establishment of People's Republic of China, hero stereotype from historical and revolutionary movies has been a main preconception about this new style of society. As it is said, hero stereotype has provided Chinese people with values, methods and conclusions of cognition of modern Chinese history, but also created a favorable surface of People's Republic of China.

Beginning with the focus on formulation and change of stereotype, this study discusses hero stereotypical contents of Chinese historical and revolutionary movies, measures them for communication effects and examines the causality of movie and hero stereotype. Based on the outcome of the above research, this study proposes an explanation of formulation and change of stereotype with an improvement of the comprehensive and integrative model from Daniel Bar-Tal.

The results are as follows:

Firstly, there is a historical and revolutionary hero stereotype in people's mind, which is similar to the content of movies. Secondly, it changes as media contents of movies change, however, which is only supplementary to the original impression that consolidates itself. Thirdly, it is time, motivation and content preference of audience's exposure to movies that would influence historical and revolutionary hero stereotyping. Finally, mechanism of formulation and change of stereotype is a macro-systematical model which is influenced by three factors, including real environment, pseudo-environment and individual's psychology. Further more, pseudo-environment, as individual's information sources, plays an important part in stereotyping, and real environment plays as basic of all.

**Key Words:** Stereotype; Historical and Revolutionary Hero;  
Mechanism of Formulation and Change.

## 目 录

1	绪论 .....	1
1.1	提出问题 .....	1
1.2	研究目的与意义 .....	3
1.3	文章结构 .....	4
2	刻板印象文献综述 .....	6
2.1	刻板印象的概念 .....	6
2.2	刻板印象的作用 .....	9
2.3	刻板印象的形成和变化因素 .....	11
2.4	刻板印象的测量方法回顾 .....	15
2.5	刻板印象形成与变化的国内研究回顾 .....	17
3	中国革命历史影片的英雄刻板印象 .....	20
3.1	英雄概述 .....	20
3.2	英雄刻板印象的社会功能 .....	22
3.3	英雄刻板印象的媒介内容 .....	24
4	研究设计 .....	27
4.1	理论与假设 .....	27
4.2	研究目标 .....	28
4.3	问卷设计与工具使用 .....	28
4.4	样本选择与分布 .....	30
5	统计分析 .....	32
5.1	英雄刻板印象的存在分析 .....	32
5.2	英雄刻板印象的认知变化检验 .....	34
5.3	影响因素——媒介接触 .....	37
6	综合讨论 .....	49

6.1 英雄刻板印象生成变化分析 .....	49
6.2 刻板印象生成与变化机制 .....	51
6.3 研究局限 .....	55
结    语 .....	57
参考文献 .....	58
附    录 .....	66
后    记 .....	76



## Contents

<b>1 Introduction.....</b>	<b>1</b>
1.1 Problem Statement.....	1
1.2 Research Purpose and Significance.....	3
1.3 Framework for the Study .....	4
<b>2 Literature Review of Stereotype.....</b>	<b>6</b>
2.1 Concept Review of Stereotype.....	6
2.2 Effects of Stereotype .....	9
2.3 Factors in Formulation and Change of Stereotype.....	11
2.4 Testing Method of Stereotype.....	15
2.5 Overview of Domestic Related Research .....	17
<b>3 Hero Stereotype in Historical and revolutionary movies .....</b>	<b>20</b>
3.1 Concept Review of Hero.....	20
3.2 Social Functions of Hero Stereotype.....	22
3.3 Contents of Hero Stereotype from Mass Media .....	24
<b>4 Methodologies .....</b>	<b>27</b>
4.1 Use of “Mainstreaming” Frame and Hypotheses .....	27
4.2 Objects of Study .....	28
4.3 Questionnaires and Tools .....	28
4.4 Sampling .....	30
<b>5 Statistical Results.....</b>	<b>32</b>
5.1 Formulation of Hero stereotype.....	32
5.2 Change of Hero Stereotype.....	34
5.3 Media factors.....	37
<b>6 Discussions .....</b>	<b>49</b>
6.1 Comments on Hero Stereotype in Historical and Revolutionary .....	49
6.2 Mechanism of Formulation and Change of Stereotype .....	51
6.3 Limitations.....	55
<b>Conclusions .....</b>	<b>57</b>

<b>Bibliography .....</b>	<b>58</b>
<b>Appendix .....</b>	<b>66</b>
<b>Acknowledgements.....</b>	<b>76</b>

厦门大学博硕士论文摘要库

## 1 绪论

### 1.1 提出问题

自美国新闻工作者李普曼 1922 年提出刻板印象是人们认识世界的先在图式和依据之后，刻板印象就开始为关注社会与个人发展的研究者所瞩目。尤其自社会心理学及大众传播学诞生以来，刻板印象的研究得到了学者们的高度重视，这方面的系统研究已经有八十多年的历史，并且形成了社会认知学、社会文化学、大众传播宏观社会效果论等重要学术流派。

刻板印象是人们对世界中纷繁复杂的交往关系的判断依据，它简化了人们认识世界的过程和难度，人们根据它来组织信息，理解世界，并进一步做出行为反应。在一系列实验中，斯蒂尔（Steele）与阿伦森（Aronson）证明，刻板印象一旦形成，就强烈地作用于人们的思想和行为（Steele, 1997; Steele & Aronson, 1995a, 1996b; Aronson, Quinn & Spencer, 1997）。例如，他们在一项实验中对史丹福大学的非裔美国学生和白人学生分别进行了难度很高的 GRE 测验：在实验者的引导下，两组各有一半的学生以为研究者要测量他们的智力，结果证明在非裔美国人当中，被引导相信测验是在测量他们能力的一部分被试表现的不如另一部分非裔美国人，而另一部分不知道测验目的的非裔美国人则表现的和白人学生一样好。他们因此认为，当明白测验目的的非裔美国学生进行测验时，他们关于非裔学生智力低下的刻板印象干扰了他们的表现。斯宾塞（Spencer）等人关于性别刻板印象的实验也获得了同样的结果（Spencer & Steele, 1997）。由于社会对女性有一个普遍的刻板印象：与男性比较，她们对数学不那么在行，所以在这项实验中，当女性被引导相信某个测验与性别有关时，他们的表现并不如男性一样好；而当女性被引导相信同样的测验与性别无关时，她们的表现则和男性一样好。

大量研究表明，刻板印象具有稳定性。它像一张滤网帮助人们过滤外部世界的信息，将与之一致的信息加以理解转化，从而巩固原有的刻板印象，而不一致的信息则被当作特例排除在外（Hstie, 1980; Hstie & Kumar, 1979; Schank, 1982;

Sherry & Schacter, 1987; Johnston & Hawley, 1994; Nosofsky, Palmeri & Mxkiniey, 1994; Markowitseh, Kapur & Houle, 1994; McLlelland et al., 1995)。<sup>①</sup>

刻板印象到底是如何形成的呢？研究者认为，刻板印象一般是通过两种信息渠道形成的，其一是与家庭成员，社会群体的直接接触，其二是通过媒介传播的间接接触，个体将两种渠道获得的信息置于心理机制中进行加工，最终形成关于世界的刻板印象。但是，当认知资源有限时，人们会更多的关注媒介渠道，借由媒介呈现的内容来形成他们未曾接触过的关于世界的印象，此时媒介的作用变得更加凸显。

中华人民共和国的诞生标志着一种不同以往的崭新的社会制度在中国建立起来，中国人对生活了几千年的社会突然感到了陌生，他们必须对这种变化进行重新认识和理解。同时，中国社会也亟需一套与社会主义社会相匹配的意识形态系统<sup>②</sup>来保证革命的果实始终牢牢掌握在无产阶级的手中。在这样的时代背景下，中国革命历史影片充当起为人们提供革命历史图景的重任。据相关数据统计，在1949年——1959年间，新中国共拍摄356部影片，其中描写武装斗争和革命军队题材的有70余部，占总量的20%，这个比例被一直保持到20世纪90年代。<sup>③</sup>在当时，革命历史影片给人们认识革命历史与新中国提供了许多栩栩如生、耳熟能详的革命英雄形象做参照，比如董存瑞、王成、狼牙山五壮士等。人们通过观看他们在屏幕上的演绎，了解了中国人民的民族品格和阶级属性，明确了建设社会主义的远大目标，从而使当时的中国社会形成了一种自上而下的、统一的社会主义意识形态。

进入21世纪后，全球化席卷各国，它使人们认识的对象变成了更为广阔的“地球村<sup>④</sup>”。此时，对于中国来说，人们关于世界知识的先在图式很难再像原来那样帮助他们有效的认识和理解现在这个正在变化着的物质与精神世界，而且中国社会也需要一种与时俱进的意识形态体系来更好的保证整个社会的稳定与和

<sup>①</sup>资料参考来源：李晓庆. 刻板印象功效的实验研究——认知资源缺乏时对信息的灵活编码 [D]. 济南：山东师范大学，2002. 7.

<sup>②</sup>雷蒙德·威廉斯（Raymond Williams）的解释：意识形态是某一特定阶级或群体的信仰体系，是意义和思想产生的一般过程，它可能是虚假的信仰体系——错误的思想或者错误的意识——与真正的或者科学的知识相冲突。

<sup>③</sup>数据来源：吴琼. 中国电影的类型研究 [M]. 北京：中国电影出版社，2005. 58.

<sup>④</sup>麦克卢汉关于地球村理论学说认为，由于媒介以接近于实时的传播速度和强烈的目击感和现场感把遥远的世界拉得很近，人与人之间的感觉距离大大缩小，于是人类在更大范围内重新组合，整个世界变成了一个新的“地球村”。

谐发展。

那么,在这样的理论与时代背景下,中国人关于英雄的刻板印象是是否会随着中国革命历史影片的媒介内容发生变化,这种变化的实质是什么,影响变化的媒介因素有哪些,这些是本研究关注的问题。

## 1.2 研究目的与意义

本研究旨在通过了解中国革命历史影片的英雄形象以及高校学生关于革命历史英雄的刻板印象,探索影响英雄刻板印象的媒介因素,从而揭示刻板印象的生成与变化机制。

发源于美国的刻板印象研究在西方学界经历了一个漫长的发展过程,积累了大量宝贵的数据资料,其中尤以社会心理学研究成果最为显著,他们将心理学与社会学相结合,探讨刻板印象如何影响人们的社会生活,形成了心理动力学、社会文化学以及社会认知学等主要理论流派。国外学者对刻板印象的研究主要集中在性别(Knill, Pesch, Pursey, Gilpin & Perloff, 1981; Fejes, 1992; Signorielli, 1993; Thompson & Zerbinos, 1995; Gerbner, 1997; Calvert, Kotler, Zehnder & Shockey, 2003)、种族(Appiah, 2002; Jhally & Lewis, 1992)和国民(Edwin & Hub, 1999; Karen & Edwin, 1997; Klaus & Wayne, 2000)等刻板印象内容和影响机制上。<sup>①</sup>国内学者对刻板印象的研究尚处在一种对已有研究的引介、探讨和验证上,他们关注的焦点多集中于对性别(孙连荣, 2004; 贺国荣, 2005; 战欣, 2006; 何志芳, 刘建平, 2007等)、地域(江根源, 季靖, 2006; 杨治良, 邹庆宇, 2007等)刻板印象的内容探讨和对刻板印象稳定性(张鸿英, 高丽娟, 2005; 李晓庆, 2002; 王沛, 2003; 王沛, 陈学锋, 2003; 高丽娟, 2004; 冯永辉, 2005; 李晓庆, 权鲁朝, 2005; 王沛, 杨亚平, 2007等)的实验检验。这表明国内刻板印象研究在内容与方法上还存在很多值得发展的研究空间。因此,基于中国国情的刻板印象的生成机制研究就具有了本土化的理论意义。

此外,因为社会心理学研究往往从人的心理机制切入,重点探讨个体及其社会交往对刻板印象形成与变化的影响,忽略了大众传播的媒介影响,而传播学关

<sup>①</sup>资料来源: J. H. 哈里斯. 媒介心理学 [M]. 相德宝译. 北京: 中国轻工业出版社, 2007. 52—87.

于刻板印象的媒介因素研究又多停留在媒介现象（金冠华，冯光华，2004）和媒介内容（杨妍，2004；陶建杰，2004）的分析上，所以，从跨学科的角度而言，本研究立意在于：在社会心理学基础上，依据媒介效果调查数据，对丹尼尔（Daniel Bar-Tal）的刻板印象生成与变化模式进行调整，尝试从传播学角度构建一个包含真实世界、拟态世界和人的心理世界等三个因素的刻板印象生成与变化模式。

本研究的现实意义在于：

第一，英雄是一个民族的精神图景，一个没有英雄的民族，是一个毫无希望的生物之群。<sup>①</sup>所以从中国国情出发，了解革命历史英雄刻板印象的内容与变化将有助于人们通过媒介透视当代中国社会的世界图景与价值体系。

第二，因为电影是社会文化的一部分，它可以“培养一种文化中的态度和价值，……通过在社会成员中传播这些价值观，从而用一种共识，一种可互换的主观性来团结其文化成员”，<sup>②</sup>所以了解中国革命历史影片对现代社会的文化影响能够为发展社会先进文化和凝聚社会成员情感提供研究参考。

第三，在研究即将完成之际，即2009年3月30日，广电总局向各省、自治区、直辖市广播影视局，新疆生产建设兵团广播电视局发出《广电总局关于加强互联网视听节目内容管理的通知》（以下简称通知），通知就针对互联网（含移动互联网）的视听节目内容管理提出要求。通知规定，未取得《电影片公映许可证》的境内外电影片、未取得《电视剧发行许可证》的境内外电视剧、未取得《电视动画片发行许可证》的境内外动画片以及未取得《理论文献影视片播映许可证》的理论文献影视片，一律不得在互联网上传播。这一举措说明大众传播媒介对于社会成员的影响已经受到了国家的高度重视，如何对这些影响进行有效的管理和科学的控制是本研究的深层实践意义所在。

### 1.3 文章结构

第一章为绪论，分别介绍了本研究的研究背景、目的和意义。

第二章为刻板印象文献综述，详细地介绍了刻板印象的概念、作用、影响因

①齐殿斌. 屏幕呼唤时代英雄 [J]. 当代电视, 2006, (7): 20.

②约翰·费斯克. 传播研究导论：过程与符号（第二版）[M]. 许静译. 北京：北京大学出版社，2008. 126.

素、形成机制、测量方法以及国内研究现状，提出了本文研究的创新点。

第三章为内容分析，主要讨论中国革命历史影片关于革命英雄的内容呈现以及英雄刻板印象的社会功能。

第四章为调查研究方法设计，首先阐述研究假设的传播学媒介效果理论依据，并结合刻板印象文献综述提出研究假设；然后介绍研究目标、调查阶段、工具使用以及样本分布。

第五章为统计分析，依据传播学媒介培养理论所提出的媒介影响因素，使用 SPSS 工具对调查所得数据进行统计分析，验证假设。

第六章为结论与展望，在前面五章的基础上探讨中国革命英雄刻板印象的变化原因与实质，以调查研究结果为支撑，归纳提炼出刻板印象的生成与变化机制，构建刻板印象生成与变化模式，并对研究的不足与局限进行分析总结。

结语，总结全文研究成果，为今后的研究提出建议参考。

## 2 刻板印象文献综述

### 2.1 刻板印象的概念

#### 2.1.1 刻板印象的起源

刻板印象是一种普遍的社会认知现象，它最初是由美国著名政治学家和新闻工作者李普曼(Walter Lippmann)于 1922 年提出的。当时，作为实事评论员的李普曼发现不同的观察者看同一事物的方式存在戏剧性的差别，对此他认为导致这种差别的原因可能是因为人们在知觉事物之前就已经存在一种预先观念(preconception)，而这种观念会影响他们对于客观真实世界的看法。因此，他借用印刷业的术语 stereotype 来指称这种预先观念。<sup>①</sup>

自此，刻板印象(stereotype)这一术语开始进入到学者们的研究视野中去，并在他们不断的解释与验证中发展成为一种十分重要的社会认知理论。

#### 2.1.2 刻板印象的定义与解释

##### (1) 刻板印象的定义

如何定义刻板印象，社会心理学者与大众传播学者对它的概括和解释不甚一致，其中代表性的观点有以下几种：

李普曼指出每个人的行为依据都不是直接和确凿的知识，而是他们自己制作的或者别人给他们的图像。<sup>②</sup>他所说的这种图像就是刻板印象。在同一个特定文化中，这些图片有极为相似的倾向，部分原因是因为“这些图像永垂不朽，并且被文化中的媒体广泛报道”。<sup>③</sup>

菲斯克(Susan Fiske)和泰勒(Shelly Taylor)在他们的著作中指出可以“把刻板印象看成一种特别的角色图式(role schema)，正是这种图式，使人们对属于特定

①这个单词被翻译为“刻板成见”、“成见”、“刻板印象”、“刻板形象”等，本文在研究中以“刻板印象”统称。

②沃尔特·李普曼. 公众舆论 [M]. 阎克文等译. 上海：上海人民出版社，2002. 20.

③埃利奥特·阿伦森等. 社会心理学（第三版）[M]. 余伯泉等译. 台北：弘智文化事业有限公司，2003. 583.



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库